

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ З.А. Васильева
« ____ » _____ 2018г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 «Менеджмент»

**Разработка стратегии развития организации (на примере ООО
«Автоприлавок»)**

Пояснительная записка

Руководитель

подпись, дата

О.В. Говорина

Выпускник

подпись, дата

В.В. Шипачев

Нормоконтролер

подпись, дата

Т.П. Лихачева

Красноярск 2018

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И.Р. Руйга
« ____ » _____ 2017 г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы**

Студенту Шипачеву Валерию Викторовичу

Группа ЗУБ13-05Б

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль 38.03.02.13 «Менеджмент организации»

Тема выпускной бакалаврской работы: Разработка стратегии развития организации (на примере ООО «Автоприлавок»)

Утверждена приказом по университету №5218/с от 11 апреля 2018 г.

Руководитель выпускной бакалаврской работы: О.В. Говорина, старший преподаватель кафедры «Экономика и управление бизнес-процессами» ИУБПЭ СФУ

Исходные данные для ВКР:

- годовая бухгалтерская отчетность ООО «Автоприлавок»;
- производственно-экономические и финансовые показатели и сведения о работе ООО «Автоприлавок»;
- статистические данные по рынку грузовых перевозок РФ и Красноярского края.

Перечень разделов ВКР:

- 1) Особенности формирования стратегии развития организации на рынке автомобильных грузовых перевозок;
- 2) Анализ стратегического положения ООО «Автоприлавок» на рынке автомобильных грузовых перевозок;
- 3) Разработка стратегии развития ООО «Автоприлавок» на рынке автомобильных грузовых перевозок.

Перечень иллюстративного материала:

- Титульный слайд;
- Цель и задачи выпускной бакалаврской работы;
- Динамика развития рынка грузовых транспортных перевозок в России;
- Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Автоприлавок» на 01.01.2018 г.;
- Оценка рыночного потенциала ООО «Автоприлавок»;

- Сравнительный анализ конкурентов на рынке грузовых транспортных перевозок Красноярского края;
- Определение возможностей роста конкурентоспособности ООО «Автоприлавок» на рынке грузовых транспортных перевозок г. Красноярска;
- Описание проекта по расширению возможностей ООО «Автоприлавок» » на рынке грузовых транспортных перевозок г. Красноярска;
- Оценка экономического эффекта от реализации стратегии развития ООО «Автоприлавок».

Руководитель ВКР

О.В. Говорина

подпись

Задание принял к исполнению

В.В. Шипачев

подпись

« ____ » _____ 2017 г

РЕФЕРАТ

Выпускная бакалаврская работа по теме «Разработка стратегии развития организации (на примере ООО «Автоприлавок»))» содержит 106 страниц текстового документа, список литературы, состоящий из 70 источников, а также табличный и графический материал (36 таблиц и 31 рисунок).

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ, РИСКИ, ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ИНИЦИАЦИЯ, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ, СТРУКТУРИЗАЦИЯ, ДЕКОМПОЗИЦИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА.

Целью бакалаврской работы является разработка стратегии развития организации.

Задачи, выполненные в бакалаврской работе:

- исследованы тенденции, проблемы и перспективы развития рынка автомобильных грузовых перевозок в РФ;
- рассмотрены особенности разработки стратегии развития на рынке автомобильных грузовых перевозок;
- проведен анализ стратегического положения ООО «Автоприлавок» на рынке автомобильных грузовых перевозок;
- разработана стратегия развития ООО «Автоприлавок» в условиях конкурентной среды;
- проведена оценка экономического эффекта реализации разработанной стратегии развития.

В бакалаврской работе был проведен анализ стратегического положения ООО «Автоприлавок» на рынке грузовых транспортных перевозок Красноярского края, дана оценка конкурентной ситуации в отрасли. По результатам проведенного анализа разработана стратегия развития, в рамках которой планируется реализация проекта по расширению возможностей компании на рынке автомобильных грузовых перевозок. Была проведена оценка экономического эффекта реализации стратегии развития для ООО «Автоприлавок».

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 Особенности формирования стратегии развития организации на рынке автомобильных грузовых перевозок.....	6
1.1 Формирование стратегии развития в условиях конкурентной среды..	6
1.2 Тенденции развития рынка грузовых транспортных перевозок в России.....	16
1.3 Проблемы и перспективы рынка автомобильных грузовых перевозок РФ.....	33
2 Анализ стратегического положения ООО «Автоприлавок» на рынке автомобильных грузовых перевозок	42
2.1 Позиционирование ООО «Автоприлавок» на рынке автомобильных грузовых перевозок г. Красноярск.....	42
2.2 Сравнительный анализ конкурентов на рынке автомобильных грузовых перевозок г. Красноярск.....	60
3 Разработка стратегии развития ООО «Автоприлавок» на рынке автомобильных грузовых перевозок.....	75
3.1 Определение стратегических направлений развития ООО «Автоприлавок» в условиях конкурентной среды.....	75
3.2 Оценка эффективности разработанной стратегии развития для ООО «Автоприлавок».....	86
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	99
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	101

ВВЕДЕНИЕ

Основной задачей успешного функционирования предприятия на рынке грузовых перевозок является опережение конкурентов и достижение внешних и внутренних преимуществ над ними. Каждая транспортная компания борется за свою долю рынка и деловые интересы, что выражается в расширении объектов собственности, максимизации доходов и прибыли, повышении корпоративной конкурентоспособности, росте уровня и качества грузовых перевозок.

На сегодняшний день перевозка грузов автомобильным транспортом в РФ занимает около 7% от всего объема рынка грузоперевозок. Связано это с большими расстояниями между населенными пунктами, а также невысоким качеством дорог. Ни одна из отраслей народного хозяйства не может обойтись без грузовых автомобильных перевозок. Это связано с тем, что именно при помощи автомобиля можно добиться относительной гибкости в сроках и географии доставки. В пределах мегаполиса перемещение грузов возможно, в большинстве случаев, только с помощью автотранспорта. В системе междугородных перевозок автомобильный транспорт способствует доставке грузов до «дверей» клиента-заказчика. При помощи автомобильного транспорта можно перемещать большинство видов грузов – твердые, жидкие, сыпучие и т.д.

Так как, одним из основных заказчиков грузоперевозок выступает бизнес, состояние отрасли грузовых перевозок зависит от деловой активности в стране и, в какой-то степени, является индикатором состояния экономики.

Целью бакалаврской работы является разработка стратегии развития организации на рынке грузовых автомобильных перевозок.

Для достижения цели в бакалаврской работе необходимо решить следующие задачи:

- исследовать тенденции, проблемы и перспективы развития рынка автомобильных грузовых перевозок в РФ;
- рассмотреть особенности разработки стратегии развития на рынке автомобильных грузовых перевозок;
- провести анализ стратегического положения ООО «Автоприлавок» на рынке автомобильных грузовых перевозок;
- разработать стратегию развития ООО «Автоприлавок» в условиях конкурентной среды;
- провести оценку экономического эффекта реализации разработанной стратегии развития.

Объектом исследования выступает компания ООО «Автоприлавок», занимающаяся автомобильными грузовыми перевозками.

При написании бакалаврской работы использовались данные Федеральной службы Государственной статистики РФ о тенденциях развития рынка транспортных услуг, данные ФТС РФ и Минтранса РФ, РБК Исследования рынков и бухгалтерская отчетность ООО «Автоприлавок» за 2017 г.

1 Особенности формирования стратегии развития организации на рынке автомобильных грузовых перевозок

1.1 Формирование стратегии развития в условиях конкурентной среды

Для эффективной работы организации на рынке грузовых автомобильных перевозок необходимо объективно оценивать свое положение по отношению к конкурентам и потенциальным потребителям услуг. Для разработки стратегии развития и мероприятий по ее реализации, необходимо решить следующие задачи: рассмотреть виды конкурентных преимуществ, виды стратегий, их особенности, а также подходы к формированию данных стратегий.

Стратегический успех организации функционирующей на рынке транспортной логистики зависит от обладания длительным и устойчивым конкурентным преимуществом. Длительность конкурентного преимущества определяется способностью организации сохранять и обеспечивать его защиту от возможного воспроизведения конкурентами. Устойчивость конкурентного преимущества обуславливается тремя факторами:

- источником преимущества;
- количеством источников преимущества у организации;
- возможностями находить новые источники конкурентного преимущества.

Формирование и поддержание конкурентного преимущества затрагивает весь механизм деятельности организации, связанной с оказанием косметологических услуг. Основными принципами формирования и поддержания конкурентных преимуществ являются:

- стремление руководства предприятия к улучшениям, новшествам и переменам во всех аспектах деятельности организации;

– совершенствование и увеличение количества источников конкурентного преимущества, способствующее сохранению его деятельности и устойчивости;

– применение системного подхода к формированию конкурентного преимущества, охватывающего весь механизм деятельности организации.

На рынке транспортно-логистических услуг можно выделить три основных стратегических подхода к ведению конкурентной борьбы:

1) Стремление иметь самые низкие издержки (стратегия руководящей роли в области издержек).

2) Поиск путей дифференциации оказываемого спектра услуг от основных услуг конкурентов (стратегия дифференциации).

3) Фокусирование на узкой части, а не на всем рынке (стратегия фокуса, или ниши).

Стратегии лидерства в минимизации издержек и дифференциации обычно ориентированы на получение конкурентного преимущества в рамках широкого круга сегментов рынка, тогда как стратегии фокусирования предполагают получение преимуществ в отношении издержек или дифференциации в узких сегментах рынка. Те конкретные действия, которые требуется предпринять для реализации каждой стратегии, варьируются в зависимости от типа салонной индустрии, различными будут и возможности реализации той или иной общей стратегии. На рисунке 1.1 представлены основные конкурентные стратегии [5].

		Конкурентное преимущество	
		Уникальность с точки зрения клиента	Низкие издержки
Стратегическая цель	Весь вектор	Дифференциация	Доминирование по издержкам
	Конкретный сегмент	Концентрация	

Рисунок 1.1 – Общие стратегии конкуренции

В таблице 1.1 представлены три основных подхода к обеспечению конкурентоспособности организации.

Таблица 1.1 - Подходы к обеспечению конкурентоспособности организации

Цели и методы обеспечения стратегий	Стратегия лидерства в снижении издержек	Стратегия дифференциации	Стратегия фокусировки на узкой нише рынка
Стратегическая цель	Завоевание большой доли рынка	Завоевание большой доли рынка	Завоевание узкой ниши рынка, где предпочтения покупателей отличаются от других участников рынка
Основа конкурентного преимущества	Умение обеспечить общий уровень затрат более низкий, чем у конкурентов	Способность предложить клиентам нечто отличное от услуг конкурентов	Более низкие издержки при удовлетворении запросов ниши рынка, способность предложить нечто специально адаптированное к их нуждам и потребностям
Спектр оказываемых услуг (предлагаемых товаров)	Хорошее качество при ограниченной возможности выбора для клиентов	Много разновидностей оказываемых услуг, возможности широкого выбора, упор на рекламу нескольких особо важных признаков Дифференциации товара/услуги	Спектр услуг приспособлен к тому, чтобы выполнять особые запросы выбранного сегмента рынка
Основной принцип организации деятельности	Постоянный поиск возможностей для снижения затрат без потери достигнутого уровня качества оказываемых услуг	Поиск новых способов лучше удовлетворить запросы клиентов	Индивидуализация услуги в соответствии с особыми запросами покупателей избранной ниши рынка

Окончание таблицы 1.1

Цели и методы обеспечения стратегий	Стратегия лидерства в снижении издержек	Стратегия дифференциации	Стратегия фокусировки на узкой нише рынка
Методы поддержания стабильности стратегии	1.Сохранение баланса (цена/качество) 2.Поддержание превосходства над конкурентами по уровню затрат	1.Информирование потенциальных клиентов о достоинствах и преимуществах услуги 2.Совершенствование процесса оказания услуги 3.Укрепление имиджа за счет ставки на отличительных свойствах услуги	1.Сохранение верности клиентам 2.Борьба за поддержание имиджа компании 3.Освоение других сегментов рынка 4.Освоение других видов деятельности

Для понимания происходящего на рынке транспортной логистики, необходимо проанализировать факторы и силы, влияющие на организацию, а также в чем заключаются особенности проявления этих сил. Для этого можно использовать «модель сил, управляющих конкуренцией» М. Портера (рисунок 1.2).

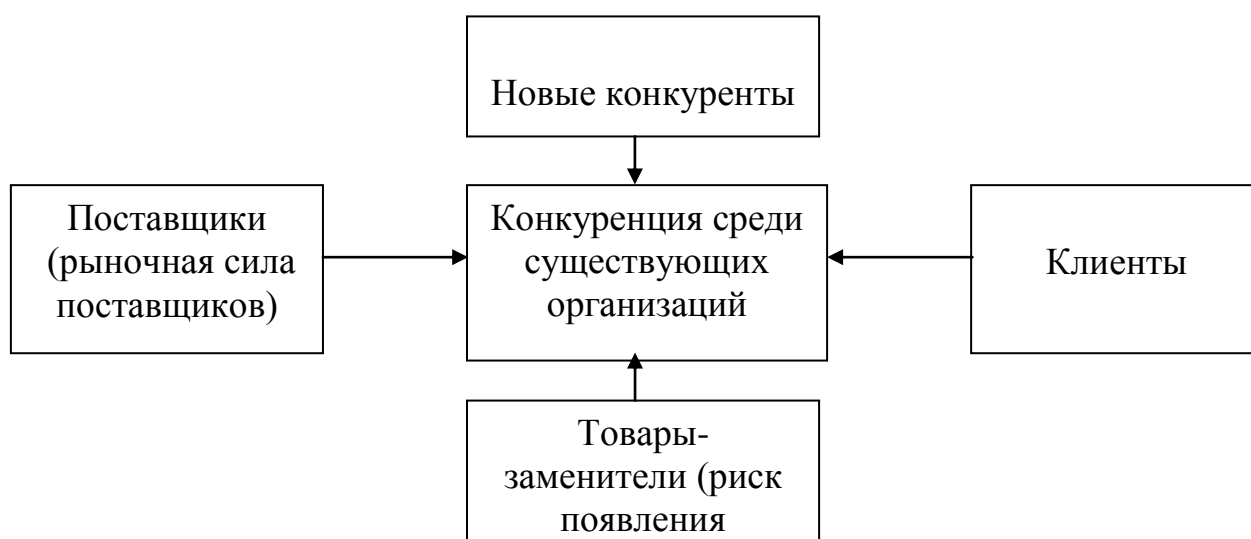


Рисунок 1.2 - Модель 5 конкурентных сил (М. Портер)

На рынке транспортно-логистических услуг конкуренция очень обострена: много крупных и мелких компаний предлагают различный спектр услуг. Величина прибыли находится в прямой зависимости от прямых конкурентов, хотя определяется занимаемой позицией на рынке.

Привлекательная конкурентная позиция вытекает из обладания конкурентным преимуществом в рамках некоторых возможностей, включающих, например, выбор обслуживаемых потребительских сегментов, местоположение, ориентация на которые или их выбор занимает центральное место в стратегии. В свою очередь, выбор возможности может оказать влияние на структуру данного рынка.

Стратегический выбор должен основываться на четкой концепции развития организации, а сама формулировка – понятной, так как выбранная стратегия затрагивает достаточно большой промежуток времени. При этом должны приниматься во внимание многочисленные факторы: опыт прошлых стратегий, фактор времени и т.д.

Важное значение при выборе и формировании конкурентной стратегии в рамках рыночного подхода приобретают стимулы, которые представляют собой структурные детерминанты отличий среди конкурентов в издержках или предпочтениях и поведении потребителя или группы потребителей. Стимулы лежат в основе источников конкурентного преимущества. Большая часть значимых стимулов включают масштаб деятельности, накопление знаний в процессе деятельности, определение времени инвестирования в процессе деятельности и т.д. Некоторая группа стимулов определяет как относительные издержки, так и дифференциацию. Состав и значение отдельных стимулов варьируется в зависимости от деятельности организаций и спектра оказываемых услуг по перевозке грузов.

Процесс формирования стратегий отражает некоторую комбинацию первоначальных условий и творческого выбора. Баланс между влиянием первоначальных условий и действием чисто управленческого выбора изменяется от компании и отрасли. Также может существовать тенденция

преувеличения роли первоначальных условий, которые могут существовать в рамках отдельной организации.

Достижение успеха требует выбора привлекательной конкурентной позиции относительно структуры рынка, позиций конкурентов и имеющихся возможностей самой организации, а также приведения всех видов деятельности организации в соответствие с выбранной позицией.

В таблице 1.2 приведены основные методы, которые необходимо использовать для атаки на конкурентов, избравших определенную стратегию. К примеру, если компания выбирает только дифференциацию, ей может с успехом противостоять другая компания, которая резко снизит цены и уровень дифференциации оказываемых услуг, что в конечном итоге приведет к сдвигу интересов потенциальных клиентов к другим параметрам дифференцирования; атаковать компанию, избравшую дифференцирование, можно и другим способом - через фокусирование [5].

Таблица 1.2 – Риски, связанные с каждой из общих стратегий конкуренции

Риски стратегии лидерства в минимизации затрат	Риски дифференциации	Риски фокусирования
Сохранение устойчивой стратегии лидерства в минимизации затрат становится невозможным, если: <ul style="list-style-type: none">- конкуренты имитируют действия компании;- изменяется технология оказания услуги;- разрушаются и другие основания для минимизации затрат	Реализация стратегии дифференциации становится невозможной, если: <ul style="list-style-type: none">- конкуренты имитируют действия компании;- основание для дифференциации теряет свою ценность для потенциальных клиентов	Стратегию фокусирования легко имитировать. Целевой сегмент становится непривлекательным с точки зрения его структуры, когда: <ul style="list-style-type: none">- структура разрушается;- падает спрос
Появляются серьезные расхождения между конкурентами в дифференцировании услуг	Появляются серьезные расхождения между конкурентами в области издержек	Конкуренты с более широкой специализацией наводняют целевой сегмент рынка: <ul style="list-style-type: none">- стирают отличия данного сегмента от остальных;- укрепляют позиции непрофильных услуг

Окончание таблицы 1.2

Риски стратегии лидерства в минимизации затрат	Риски дифференциации	Риски фокусирования
Конкуренты, избравшие стратегию фокусирования на издержках, добиваются более низких затрат в своих целевых сегментах	Конкуренты, избравшие стратегию фокусирования на дифференциации, добиваются более высокого уровня дифференциации в своих целевых сегментах	Новые конкуренты, избравшие стратегию фокусирования, по-новому сегментируют рынок, выделяя более узкие сегменты

Рассмотренные подходы к формированию стратегии объединяет этапность выработки стратегии: определение целей, и направлений развития, анализ внешнего окружения для организации, а также анализ внутренних возможностей, преимуществ и слабых сторон.

Для рынка транспортной логистики следует также выделить конкурентную стратегию проникновения на рынок и конкурентную стратегию присутствия на рынке.

Стратегия проникновения на рынок оказывает непосредственное влияние на долговременное присутствие услуги на рынке и определяет в значительной мере выбор и разработку руководством организации последующей конкурентной стратегии присутствия на рынке, а в конечном итоге конкурентоспособность.

Общая концепция формирования стратегии проникновения и долговременного присутствия включает:

- решение руководства организации, касающиеся входа на рынок – о времени входа; величине инвестиций при входе и в течение периода входа и их распределении; сфере конкуренции.
- структурные характеристики рынка;
- характеристики самой компании;
- взаимное влияние всех перечисленных элементов на долгосрочное присутствие услуги на рынке.

Эффективность реализации стратегии проникновения и долговременное присутствие услуги на рынке определяется уровнем

рыночного успеха, то есть достижением стадии рыночной зрелости или расширением границы рынка. Наиболее общепринятыми используемыми критериями эффективности в этом контексте являются прибыль и доля рынка.

Конкурентная стратегия присутствия на рынке подразделяется на стратегию поведения и стратегию конкурентной борьбы. Подобная классификация служит целям исследования и способствует пониманию причин достижения конкурентоспособности и стратегического успеха организации.

Типовые конкурентные стратегии поведения классифицируются по степени их активности или агрессивности. Как правило, различают следующие стратегии:

- наступательные;
- оборонительные;
- отступления или ухода с рынка.

Стратегия конкурентной борьбы характеризует выбор руководством организации основных методов конкурирования: ценовых или неценовых в рамках стратегии поведения. Выбор каждой из перечисленных стратегий связан с определенной долей риска, возникающей, в частности из-за неадекватно оцененных возможностей конкурентов и собственного потенциала, конкурентной ситуации, непредсказуемых изменений в экономике, правовом регулировании, технологии, обществе и др. Следует отметить, что в последнее время увеличивается число услуг, развитие которых тесно увязано с фактором времени, способствуя развитию перспектив применения концепции конкурентной стратегии, ориентированной на фактор времени.

Основополагающие решения относительно стратегической ориентации организации разрабатываются на высшем уровне его руководства и носят самый общий характер. Конкретизация стратегического выбора применительно к реальной конкурентной ситуации в рыночных сегментах, реальным ресурсным и организационным возможностям организации

осуществляется на среднем уровне руководства в рамках формирования конкурентной стратегий.

Основные этапы формирования конкурентной стратегии организации представлены на рисунке 1.3.



Рисунок 1.3 - Формирование стратегии организации на рынке транспортно-логистических услуг

На первоначальном этапе разработки конкурентной стратегии, необходимо получить ответы на следующие вопросы:

1 Какими ключевыми компетенциями располагает организация в настоящее время, как долго они сохраняют свою силу?

2 Может ли предприятие на базе имеющихся ресурсов создать новые, оригинальные комбинации ресурсов, которые в будущем могут быть трансформированы в ключевые компетенции?

3 Нужны ли организации новые материальные и нематериальные ресурсы для достижения в будущем стабильной конкурентоспособности, и какие инвестиции для этого требуются?

4 Каким образом должны создаваться новые ключевые компетенции – на основе несовершенства рынка ресурсов, собственных оригинальных решений или связей с партнерами?

5 Каковы ключевые компетенции конкурентов организация может использовать или нейтрализовать, а какие не поддаются воспроизведению?

6 Какими потенциальными возможностями должна располагать компания для создания новых ключевых компетенций?

Структурная привлекательность сегмента является необходимым условием эффективной конкурентной стратегии, так как некоторые сегменты в отрасли будут заведомо менее прибыльными, чем другие. Часто рынок транспортно-логистических услуг предоставляет возможности для успешной реализации нескольких долгосрочных стратегий фокусирования, но только в том случае, если выбирающие данную стратегию компании проводят ее в различных сегментах. В большинстве случаев можно выделить несколько разных сегментов, предполагающих специфические потребности потенциальных клиентов или особую систему оказания услуги, в силу чего такие сегменты будут прекрасными полигонами для реализации стратегии фокусирования.

В процессе написания данного пункта были рассмотрены виды конкурентных преимуществ, виды стратегий, их особенности и подходы к формированию данных стратегий. Это исследование необходимо для разработки в следующих главах бакалаврской работы стратегии развития

организации на рынке грузовых автомобильных перевозок города Красноярска.

1.2 Тенденции развития рынка грузовых транспортных перевозок в России

Основу грузовых перевозок в России составляют три ключевых вида транспорта: трубопроводный, железнодорожный и автомобильный. Возможность конкуренции между различными видами грузового транспорта сильно зависит от особенностей разных категорий грузов и специфики конкретных видов транспорта. Так, для транспортировки газа в больших объемах бессмысленно использовать какие-либо виды транспорта, помимо трубопроводного. И, наоборот, по трубопроводам технологически и экономически предпочтительна транспортировка массовых жидких и газообразных грузов. В то же время перевозка нефти и особенно нефтепродуктов (в силу их видового разнообразия) возможна практически всеми видами транспорта: трубопроводным, железнодорожным, автомобильным, водным [26].

К сегменту услуг по транспортировке грузов (без трубопроводного транспорта), отражающему уровень развития рынка аутсорсинга грузоперевозок, относится деятельность специализированных транспортных организаций и предпринимателей (физических лиц), работающих по найму. В российской статистической отчетности в подобную деятельность включены коммерческие грузовые перевозки, осуществляемые организациями отрасли «Транспорт» автомобильным, железнодорожным, внутренним водным, морским и воздушным видами «транспорта общего пользования». Сегмент услуг автомобильных перевозок включает, помимо транспорта общего пользования, организации других видов деятельности, осуществляющие коммерческие грузоперевозки. В сумме они составляют

сегмент коммерческих перевозок грузов автомобильным транспортом всех отраслей экономики.

Оборот организаций по виду деятельности «Транспорт» в 2016 г. составил 9764,9 млрд. рублей, что выше уровня 2015 г. на 7,6% [6].

На 01.01.2017 г. в Российской Федерации зарегистрировано 300,5 тыс. организаций, относящихся к транспортной отрасли (рисунок 1.4). Частную форму собственности из этого числа имеют 285,2 тыс. организаций, в государственной и муниципальной собственности находятся 6 тыс. организаций и еще 1,3 тыс. организаций имеют смешанную российскую форму собственности [23].

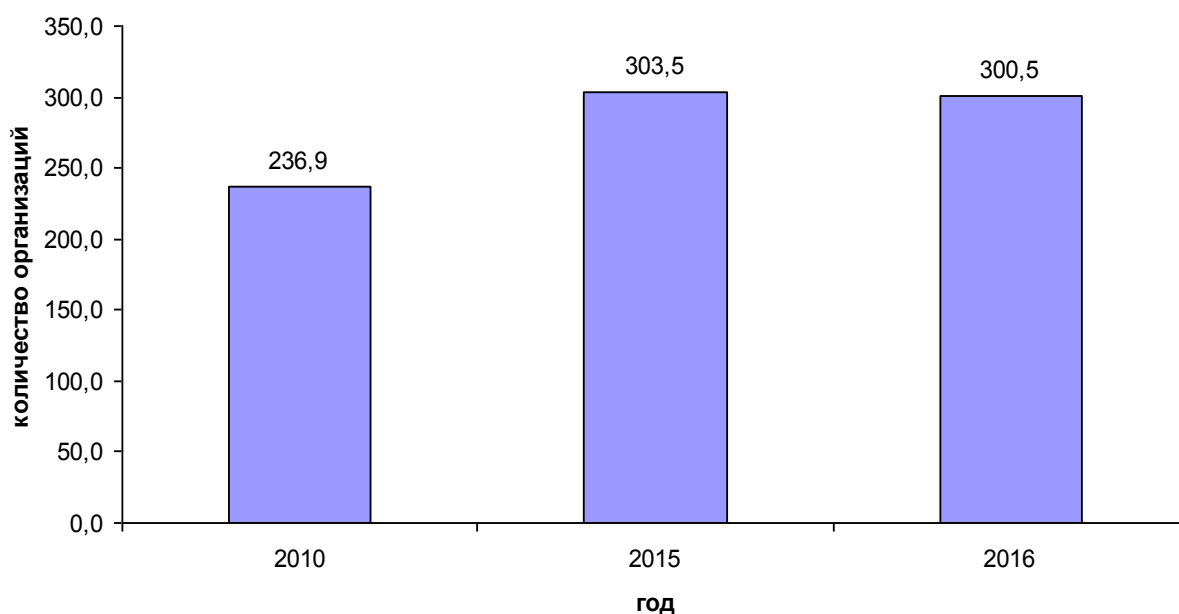


Рисунок 1.4 – Число организаций по виду деятельности «Транспорт» на территории Российской Федерации в 2010-2016 гг., тыс. ед.

Количество малых предприятий по виду деятельности «Транспорт» начиная с 2013 г. по 2016 г. увеличилось с 124,4 до 200,6 тыс. ед. Рост составил 61,3 %, что свидетельствует о развитии малого предпринимательства на транспорте.

Динамика изменения количества малых предприятий по виду деятельности «Транспорт» изображена на рисунке 1.5.

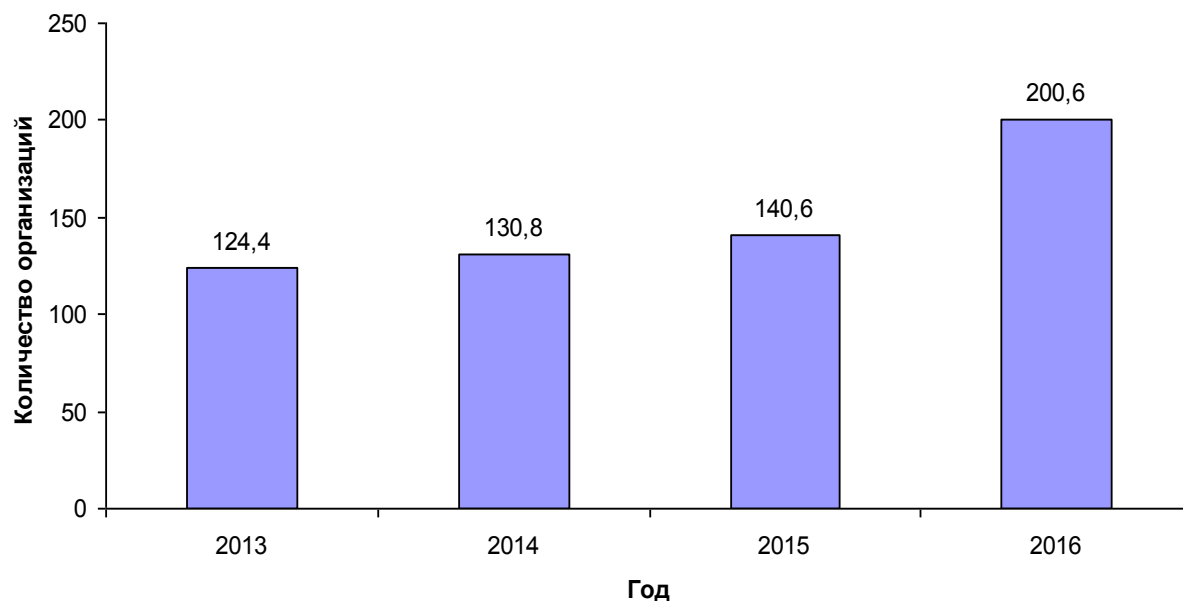


Рисунок 1.5 – Число малых предприятий по виду деятельности «Транспорт» на территории Российской Федерации в 2010-2016 гг., тыс. ед.

Среднегодовая численность занятых в транспорте и связи на конец 2016 г. составляла 5978 тыс. человек (рисунок 1.6) [23].

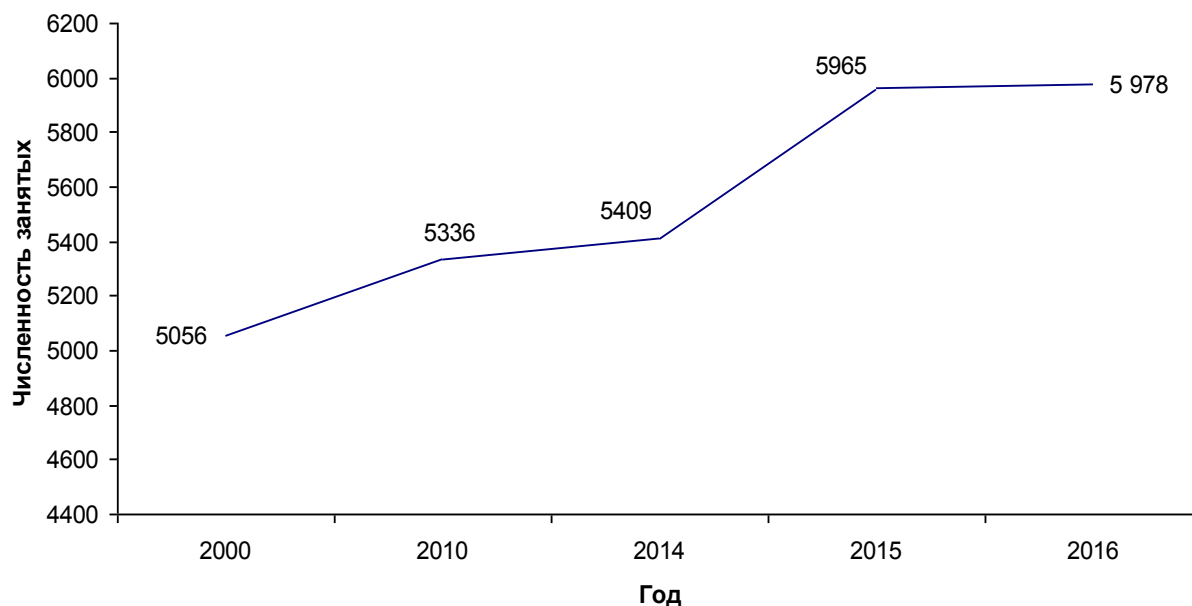


Рисунок 1.6 – Численность занятых по виду экономической деятельности «Транспорт и связь» в 2000-2016 гг., тыс. чел.

Число действующих транспортных организаций в разрезе федеральных округов представлено на рисунке 1.7 [6].

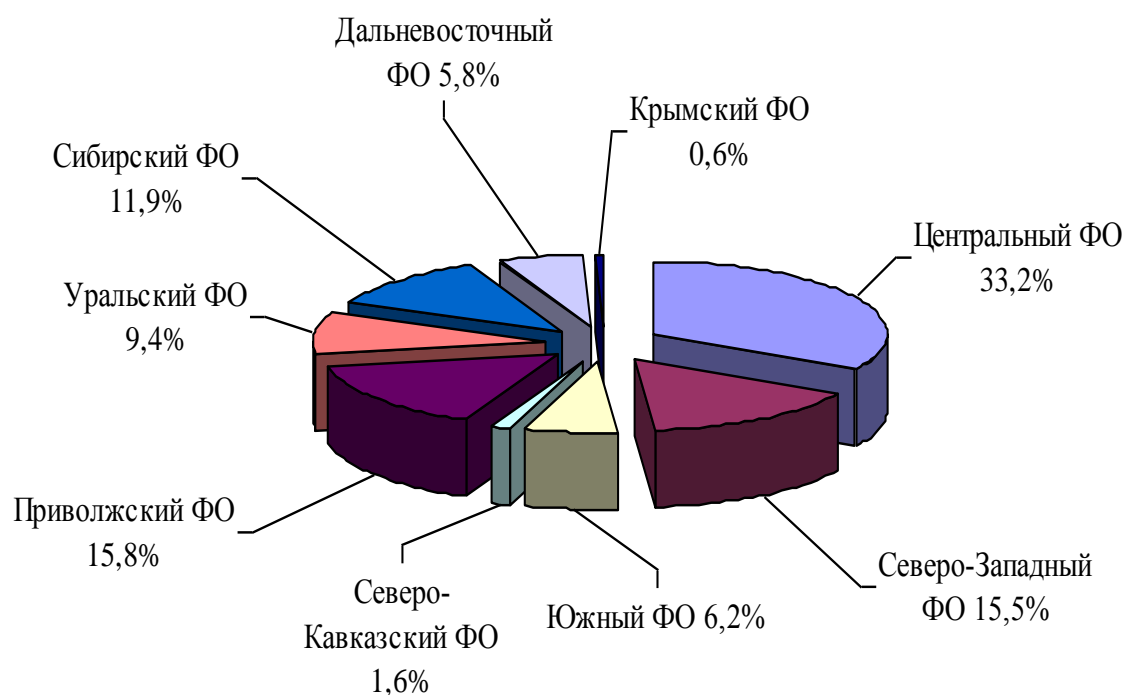


Рисунок 1.7 – Количество транспортных организаций по федеральным округам РФ на 01.01.2017 г., %

По федеральным округам наибольшее число организаций, оказывающих транспортные услуги, сосредоточено в Центральном федеральном округе (33,2%), в Приволжском федеральном округе – 15,8%, в Северо-Западном федеральном округе – 15,5%. Наименьшее число организаций транспорта и связи находятся в Северо-Кавказском федеральном округе (1,6%) и Крымском федеральном округе (0,6%).

В Сибирском федеральном округе лидером по числу транспортных организаций является Новосибирская область (26,9%). На втором месте по этому показателю находится Красноярский край (14,7%), на третьем месте с небольшим отставанием Иркутская область (13,4%). Наименьшее количество

организаций зафиксировано в Республике Тыва (0,4%), Республиках Алтай (1,0%) и Хакасия (1,4%) (рисунок 1.8) [30].

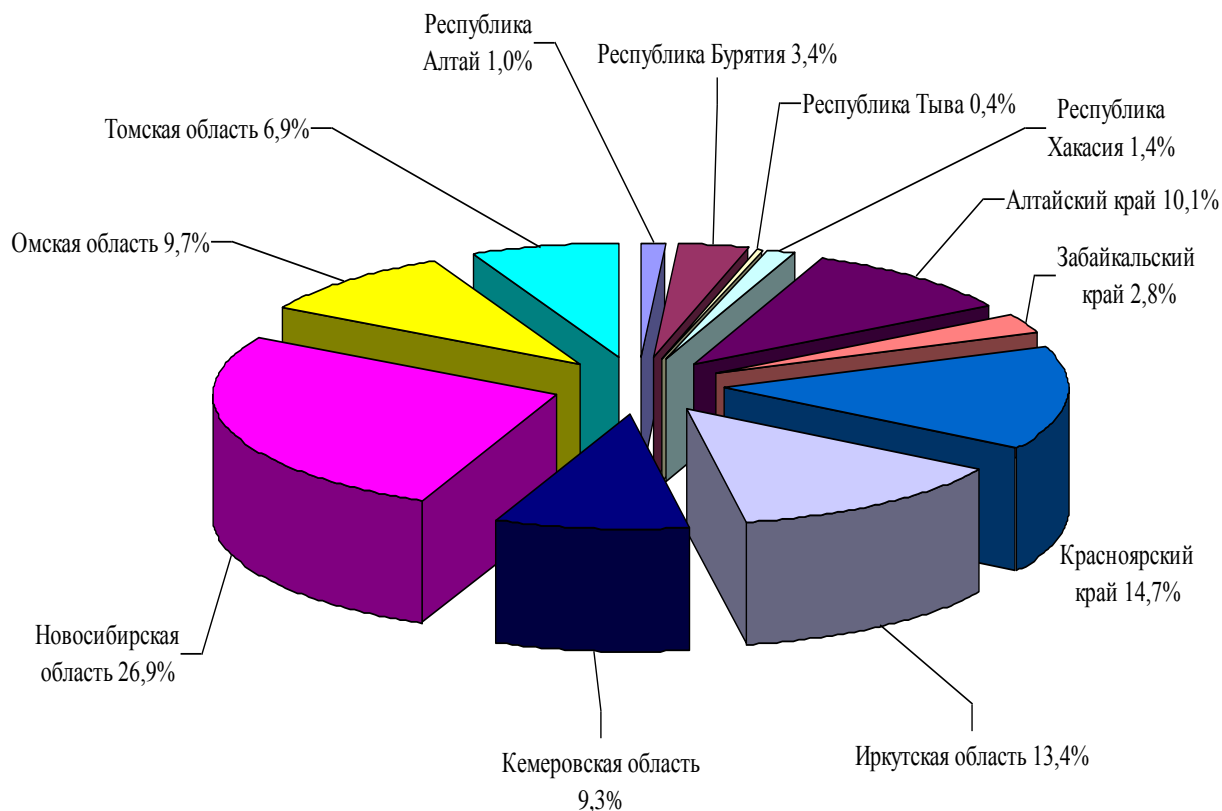


Рисунок 1.8 – Число организаций, оказывающих транспортные услуги в Сибирском федеральном округе на 01.01.2017 г., %

Далее, проведем анализ грузоперевозок и грузооборота в России.

Восстановившаяся после 2009г. тенденция роста объемов грузовых перевозок в 2010-2012 гг. сменилась спадом в 2013-2015 гг. По данным Росстата, в 2016 г. объем перевозок грузов организациями всех видов экономической деятельности составил порядка 7695 млн. тонн, что составляет 101,5 % к уровню аналогичного периода 2015 г.

Динамика грузовых перевозок по видам транспорта за период с 2000 по 2016 гг. представлена в таблице 1.3 [23].

Таблица 1.3 – Объем грузовых перевозок в РФ по видам транспорта в 2000-2016 гг.

млн. тонн								
Показатели	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Транспорт - всего	7907	7750	8337	8519	8264	8006	7582	7695
в том числе:								
железнодорожный	1047	1312	1382	1421	1381	1375	1329	1325
автомобильный	5878	5236	5663	5842	5635	5417	5041	5138
трубопроводный	829	1061	1131	1096	1095	1078	1071	1088

Как видно из таблицы, в структуре грузовых перевозок в 2016 г. произошли определенные изменения по сравнению с 2015 г. Грузооборот железнодорожного транспорта за прошедший год сократился на 4 млн. В то же время в сфере автомобильного транспорта наблюдался рост грузооборота на 97 млн. т, что составило 1,9%. Грузооборот трубопроводного транспорта увеличился на 17 млн. т (1,6%).

На рисунке 1.9 представлены тенденции изменения в объеме грузовых перевозок с 1990 г. по 2016 г.

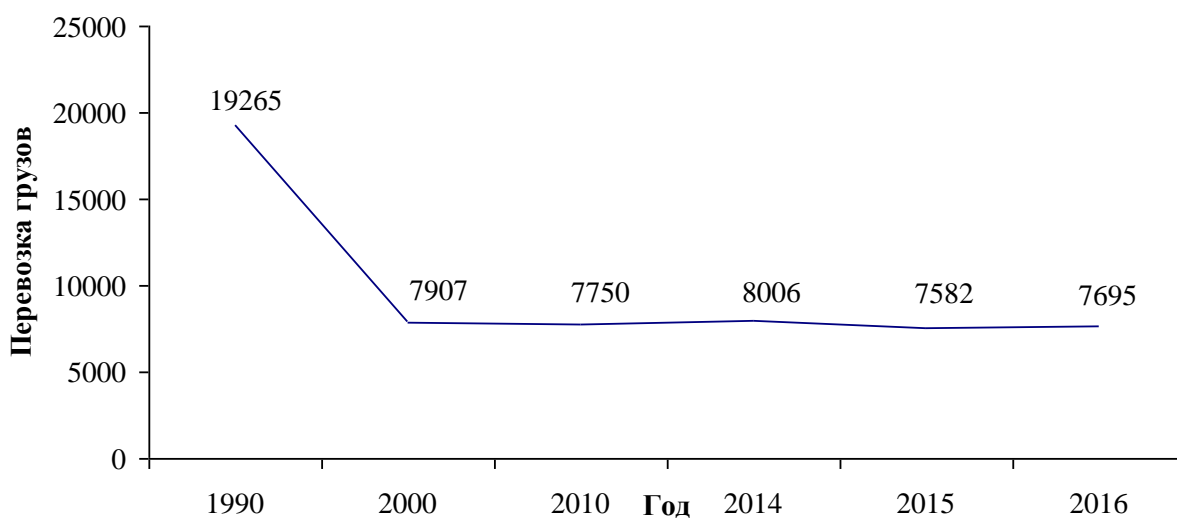


Рисунок 1.9 - Перевозка грузов по видам транспорта в 1990–2016 гг.,
млн. т

Из рисунка видно, что в 2016 г. по сравнению с 1990 г. перевозка грузов всеми видами транспорта сократилась на 61%. По сравнению с 2015 г. объем грузоперевозок практически не изменился. Наибольшее снижение перевозок грузов в 2016 г. по сравнению с 1990 г. наблюдалось в сегментах автомобильного (66,5% по сравнению с 1990 г.), морского (77,7% по сравнению с 1990 г.) и внутреннего водного транспорта (79% по сравнению с 1990 г.).

Основными факторами снижения спроса на транспортные услуги в 2015-2016 гг. стали сокращение объемов производства в основных грузообразующих секторах промышленности и снижение реальных располагаемых доходов населения страны, снижение темпов инвестиций и строительства, уровня реальной заработной платы. Положительной тенденцией является то, что отмечен незначительный рост объема грузовых перевозок автомобильным транспортом и в целом с 7582 млн. тонн в 2015 г. до 7695 млн. тонн в 2016 г.

В 2016 г. сократились объемы грузоперевозок железнодорожным транспортом на 4 млн. т.

Сегодня автомобильные грузоперевозчики, на которых приходится основная часть погрузки, теряют свою долю рынка, при этом сегменты морских и железнодорожных перевозок увеличиваются. Это связано с тем, что в натуральном выражении и импорт, и экспорт большинства потребительских товаров существенно сократился, а именно они и перевозились автомобильным транспортом. В несколько раз снизился импорт продуктов питания, техники, бытовой химии.

Автоперевозчики столкнулись и с другими проблемами: выросли расходы на транспортное обслуживание, топливо и лизинговые платежи, а высокие ставки по кредитам продолжают душить бизнес. Не добавили оптимизма и возросшие тарифы на КАСКО и ОСАГО.

В то же время из-за низкого курса рубля Россия увеличила поставки на экспорт многих сырьевых товаров – нефти, газа, зерна, металлов, которые

поставляются за рубеж морем и другими видами транспорта. Санкции и продовольственное эмбарго также сыграли свою роль: при снижении торговли с Европой выросла доля стран Азиатско-тихоокеанского региона, которые с точки зрения логистики в большей степени завязаны на других способах доставки грузов.

Финансовые показатели отрасли отражают следующую картину. Общий оборот увеличился почти в три раза. Наибольший рост наблюдается у оборота прочих видов деятельности. Данные об обороте организаций транспортной отрасли приведены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 - Оборот организаций транспортной отрасли РФ в 2016 г.

млрд. руб.

Показатели	Оборот организаций			Структура оборота, %.		Темп роста оборота, %	
	2007	2016	2016 в ценах 2007	2007	2016	в текущих ценах	в ценах 2007
Транспорт - всего	3370,9	9764,9	4417,3	100	100	290	131
в том числе деятельность железнодорожного транспорта	995,4	2018,8	913,2	29,5	20,7	203	92
прочий сухопутный транспорт	375,7	1011,8	457,7	11,1	10,4	269	122
транспортирование по трубопроводам	941,8	2581					
водный транспорт	80,9	189,6	457,7	11,1	10,4	269	122
воздушный транспорт	332,2	1048,1	1167,6	27,9	26,4	274	124
вспомогательная и дополнительная транспортная деятельность	644,9	2915,6	1318,9	19,1	29,9	452	205

По данным Федеральной налоговой службы по результатам 2016 г. организации транспортной отрасли получили совокупный финансовый результат в виде прибыли в размере 925,8 млрд. руб. Данные о сальдированном финансовом результате отражены в таблице 1.5.

Таблица 1.5 - Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) транспортной отрасли РФ в 2016 г.

млрд. руб.

Показатели	Сальдо (прибыль минус убыток)			Структура оборота, %.		Темп роста оборота, %	
	2007	2016	2016 в ценах 2007	2007	2016	в текущих ценах	в ценах 2007
Транспорт - всего	362,8	925,8	418,8003	100,0	100,0	255,2	115,4
в том числе деятельность железнодорожного транспорта	135,2	58,1	26,28246	37,3	6,3	43,0	19,4
прочий сухопутный транспорт	7,5	-8,7	-3,93558	2,1	-0,9		
транспортирование по трубопроводам	145,9	340,2	153,8949	40,2	36,7	233,2	105,5
вспомогательная и дополнительная транс- портная деятельность	74,2	536,2	242,5586	20,5	57,9	722,6	326,9

Теперь рассмотрим коммерческие грузовые перевозки автомобильным транспортом, которые осуществляют предприниматели (физическими лицами).

Высокая доля малого бизнеса и особенно ИП в обороте рынка объясняется ситуацией, сложившейся на рынке автоперевозок в последнее десятилетие. Индивидуальные предприниматели имеют налоговые льготы и низкие барьеры для входа на рынок. За счет налоговых преференций и

механизмов «черной» и «серой» налоговой оптимизации они могут предлагать более конкурентоспособные ставки перевозок. Такая практика вынуждает всех участников рынка прятать свои объемы перевозок, формирует низкие цены для владельцев подвижного состава, что в свою очередь ведет к невозможности обновления автопарка в стране, завышенным эксплуатационным расходам и старению автопарка в целом.

Динамика грузовых перевозок предпринимателями за период 2000-2016 гг. представлена в таблице 1.6 [23].

Таблица 1.6 – Объем грузовых перевозок предпринимателями (физическими лицами), осуществляющими коммерческие перевозки автомобильным транспортом в 2000-2016 г.

Показатель	2000	2010	2014	2015	2016
Перевезено грузов, млн. т	33,1	123,2	133,2	129,6	134,6
Грузооборот, млн. т-км	8046	37588	42970	42692	45928

По сравнению с 2014 г., снижение объема грузов, перевезенных предпринимателями (физическими лицами) составило 3,2 % и в 2015 г. этот показатель оказался на уровне 129,6 млн. тонн. Грузооборот за аналогичный период снизился на 0,6%. В 2016 г. наблюдается увеличение, как объема перевезенных грузов, так и коммерческого грузооборота.

В целом, объем коммерческих перевозок грузов в 2016 г. составил 103,9% к уровню 2015 г. (рисунок 1.10).

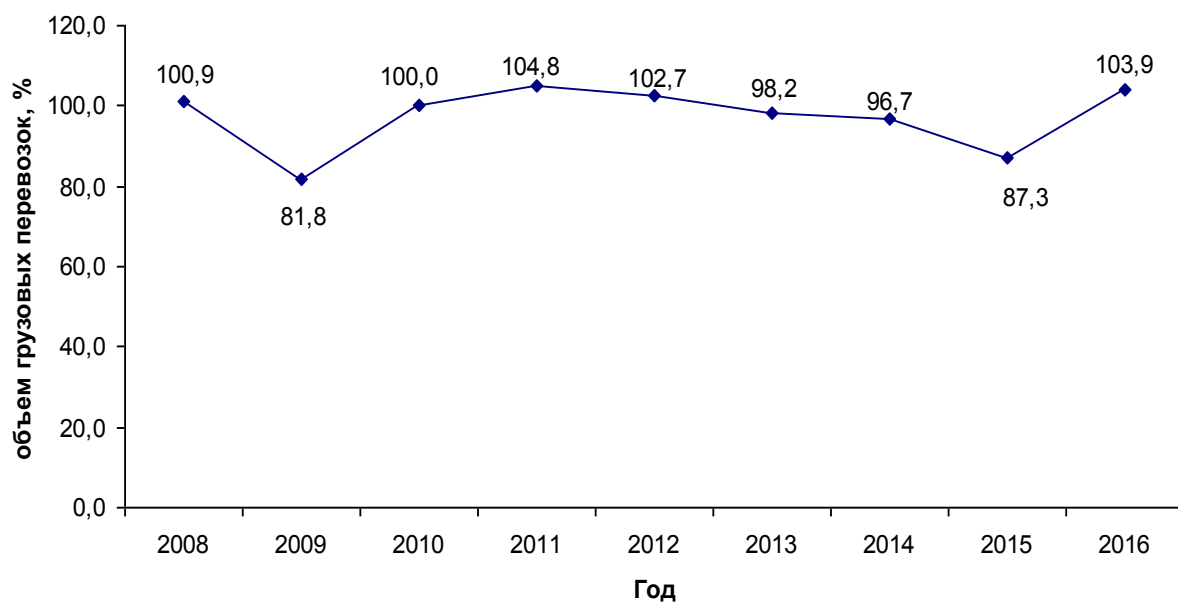


Рисунок 1.10 - Динамика коммерческих перевозок грузов в РФ в 2008-2016 гг., % (по данным Минтранс РФ, МЭР РФ)

На рисунке 1.11 приведена структура рынка грузовых перевозок в Российской Федерации по состоянию на конец 2016 г.

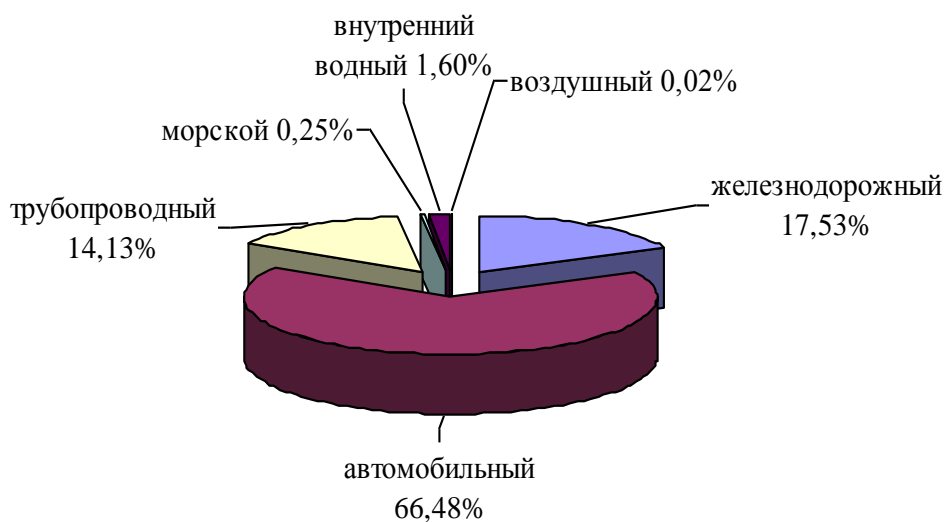


Рисунок 1.11 – Структура российского рынка грузовых перевозок в 2016 г., %

В структуре грузоперевозок наибольший удельный вес занимает автомобильный транспорт. Доля автомобильного транспорта составляет 66,48%, на втором месте железнодорожный транспорт – 17,53%, третье место у трубопроводного транспорта – 14,13%.

В структуре же грузооборота преобладает трубопроводный и железнодорожный транспорт, на долю которых приходятся 47,98% и 45,27% соответственно, в то время как на долю автомобильного – всего 4,55% (рисунок 1.12).

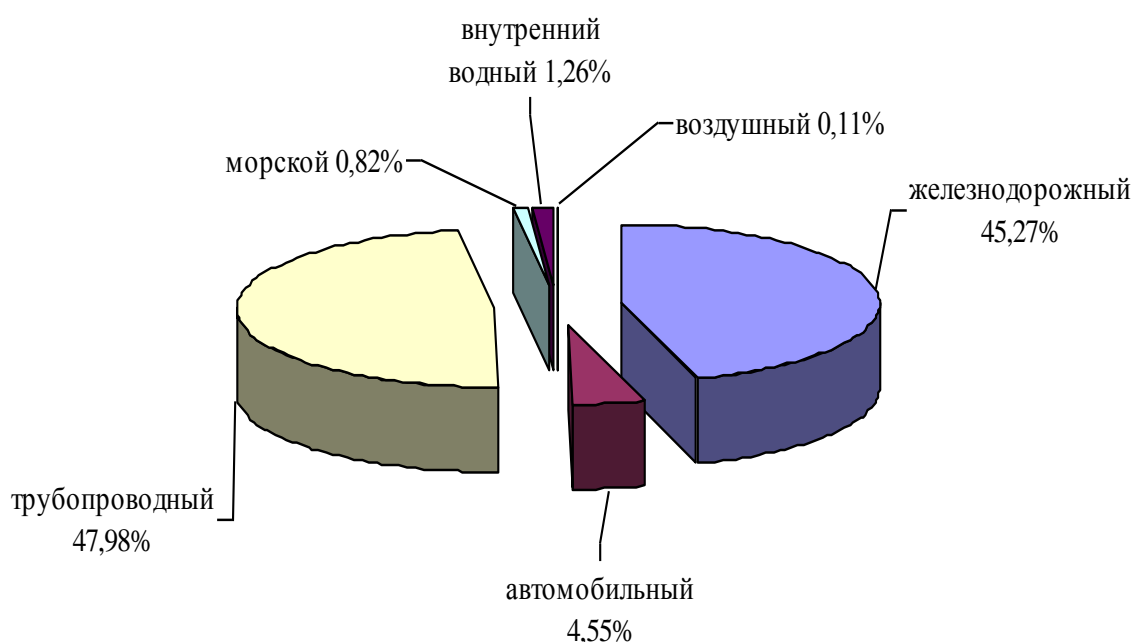


Рисунок 1.12 – Структура российского грузооборота в 2016 г., %

Коммерческий грузооборот в 2016 г. составил 101,5% к уровню 2015 г. (рисунок 1.13).

Разное распределение объемов перевозок грузов и грузооборота по видам транспорта обусловлено зависимостью величины грузооборота от дальности, на которую перевозятся грузы. На автомобильном транспорте грузы доставляются на короткие расстояния по сравнению с трубопроводным и железнодорожным транспортом, поэтому выполняется меньший объем грузооборота.

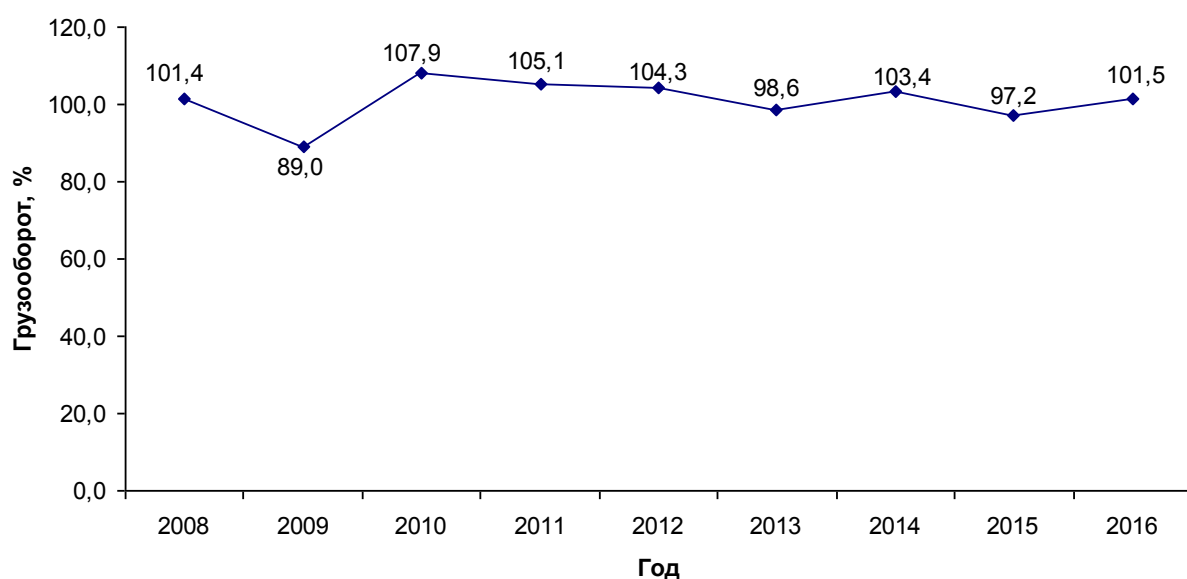


Рисунок 1.13 - Динамика грузооборота транспорта всех отраслей экономики РФ в 2008-2016 гг., % (по данным Минтранс РФ, МЭР РФ)

Данные о грузообороте в России в натуральном выражении представлены в таблице 1.7.

Таблица 1.7 – Объем грузооборота в РФ по видам транспорта в 2010-2016 гг.

млрд. т-км

Показатели	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Транспорт – всего	3638	4752	4915	5056	5084	5080	5093	5185
в том числе:								
железнодорожный	1373	2011	2128	2222	2196	2301	2306	2344
автомобильный	153	199	223	249	250	247	232	234
трубопроводный	1916	2382	2422	2453	2513	2423	2444	2489
морской	122	100	78	45	40	32	42	43
внутренний водный	71	54	59	81	80	72	64	67
воздушный	2,5	4,7	5,0	5,1	5,0	5,2	5,4	6,6

По данным Росстата, на протяжении последних пяти лет грузооборот практически не менялся, несмотря на положительную динамику внешней торговли. В январе-декабре 2016 года он вырос на 1,8% и составил 5185 млрд. тонно-километров. Однако за этими стабильными данными кроется весьма неприятное обстоятельство: на протяжении того же периода наблюдалось ежегодное снижение объемов перевезенных грузов.

Грузооборот транспорта России в 2016 году вырос на 1,8% по сравнению с показателем 2015 г. и составил 5,182 трлн. тонно-километров, говорится в оперативном докладе Росстата.

В частности, грузооборот железнодорожного транспорта увеличился на 1,6% - до 2,344 трлн. т/км, автомобильного транспорта - на 0,8%, до 234,5 млрд. т/км. Грузооборот трубопроводного транспорта возрос на 1,8% и составил 2,489 трлн. т/км.

Грузооборот морского транспорта за 2016 г. вырос на 7,6% - до 42,8 млрд. т/км, внутреннего водного транспорта - на 3,4%, до 64,7 млрд. т/км.

Грузооборот воздушного транспорта увеличился на 20,6% и составил 6,6 млрд. т/ км [17].

В I квартале 2018г. грузооборот транспорта, по предварительным данным, составил 1382,1 млрд. тонно-километров, в том числе железнодорожного - 636,6 млрд., автомобильного - 55,2 млрд., морского - 7,6 млрд., внутреннего водного - 5,4 млрд., воздушного - 1,7 млрд., трубопроводного - 675,5 млрд.тонно-километров.

В структуре внутреннего рынка автомобильных перевозок по виду подвижного состава до 60% выручки обеспечивают перевозки тентами. Еще 20% автотранспортные предприятия получают от доставки грузов рефрижераторами.

По данным Росстата в 2016 г. общий эксплуатационный парк подвижного состава грузового автомобильного транспорта России (включая пикапы и легковые фургоны) насчитывал более 6300 тыс. единиц. В

организациях всех отраслей экономики числилось порядка 570 тыс. единиц, в индивидуальной собственности граждан 3841 тыс. автомобилей (60,8%), в организациях отрасли «Автомобильный транспорт» – порядка 55 тыс. единиц (таблица 1.8).

Таблица 1.8 – Наличие транспортных средств на территории Российской Федерации в 2000-2016 гг.

Показатели	тыс. шт.				
	2000	2010	2014	2015	2016
Грузовые транспортные средства:					
рабочий парк груженых железнодорожных вагонов (в среднем в сутки)	240	328	420	388	389
грузовые автомобили (включая пикапы и легковые фургоны) – всего	4401	5414	6238	6230	6300
в том числе:					
в организациях всех видов экономической деятельности	1387	683	668	644	570
в собственности граждан	1568	2950	3777	3789	3841
морские грузовые транспортные и нетранспортные суда (без грузопассажирских), шт.	3830	2723	2712	2705	2688
речные грузовые транспортные и нетранспортные суда (без грузопассажирских)	31,8	29,0	21,3	15,6	22,1

Согласно данным аналитического агентства «АВТОСТАТ» по состоянию на 2016 г. парк среднетоннажных и крупнотоннажных грузовых автомобилей (свыше 3,5 т) в РФ насчитывал 3,73 млн. шт. Крупнейшие игроки рынка в последние пять лет, активно обновляли парк. Однако, в 2016 г. почти 2,8 млн. грузовиков, или 75%, имеют средний возраст старше 10 лет. Самая большая доля парка – у автомобилей 2007 года выпуска (4,0%). Меньше всего в парке автомобилей 2009 года выпуска (1,0%). В парке

грузовиков более 80% отечественных автомобилей и лишь около 20% – иномарок. Десятка брендов-лидеров занимает почти 85% парка грузовых автомобилей России.

Также необходимо различать перевозки транспортом общего и необщего (ведомственного) пользования. Транспорт общего пользования осуществляет перевозки на коммерческой основе для всех видов организаций. Транспорт необщего пользования, или ведомственный, принадлежит какой-либо организации и осуществляет перевозку только ее пассажиров или грузов. Неразвитость дорожной инфраструктуры тормозит развитие автомобильных грузоперевозок. Большая часть автоперевозок осуществляется собственным транспортом организаций, а не транспортными компаниями. Интенсивность грузовых перевозок разными видами транспорта отражена в таблице 1.9.

Таблица 1.9 – Интенсивность грузовых перевозок на территории РФ по видам путей сообщения в 1990-2016 гг.

млн. т-км на один км длины путей

Показатели	1990	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Железнодорожные пути:									
общего пользования	29,0	16,0	23,5	24,9	26,0	25,6	26,6	26,7	27,1
необщего пользования	0,6	0,5	2,9	2,7	1,0	0,9	0,9	1,0	1,5
Автомобильные дороги общего и необщего пользования	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Магистральные трубопроводы	12,2	8,9	10,2	10,0	9,9	10,1	9,6	9,7	10,0
Внутренние водные судоходные пути	2,0	0,8	0,5	0,6

Как видно из данных таблицы, интенсивность грузовых перевозок железнодорожным транспортом общего пользования на протяжении 2014-2016 гг. оставалась практически на прежнем уровне, за исключением 2016 г.

А интенсивность перевозок по автомобильным дорогам незначительно снизилась.

1.3 Проблемы и перспективы рынка автомобильных грузовых перевозок РФ

Понятие транспортной логистики, представляет собой науку о системной интеграции логистических и транспортных активностей, в форме транспортно-логистических услуг, для оптимизации грузопотоков на основе актуального законодательства [9].

Главной задачей логистики является планирование оптимального территориального (или географического) размещения требуемых материалов и сырья для обеспечения потребностей в них и для бесперебойной работы организаций. Стоит отметить важность роли функционирования логистических компаний, т. к. с помощью определенного комплекса задач, стоящих перед специалистами, можно достигнуть максимальной оптимизации транспортной услуги, а также максимизировать прибыль с помощью наибольшего снижения возможных издержек.

Современный российский рынок логистических услуг состоит из следующих сегментов:

- перевозка грузов разными видами транспорта;
- складирование и дистрибуция;
- экспедиторские услуги;
- управленческая логистика [9].

Рассмотрим современное состояние транспортно-логистического рынка. Структура российского транспортно-логистического рынка по видам услуг за 2016 г. представлена в рисунке 1.14 [23].

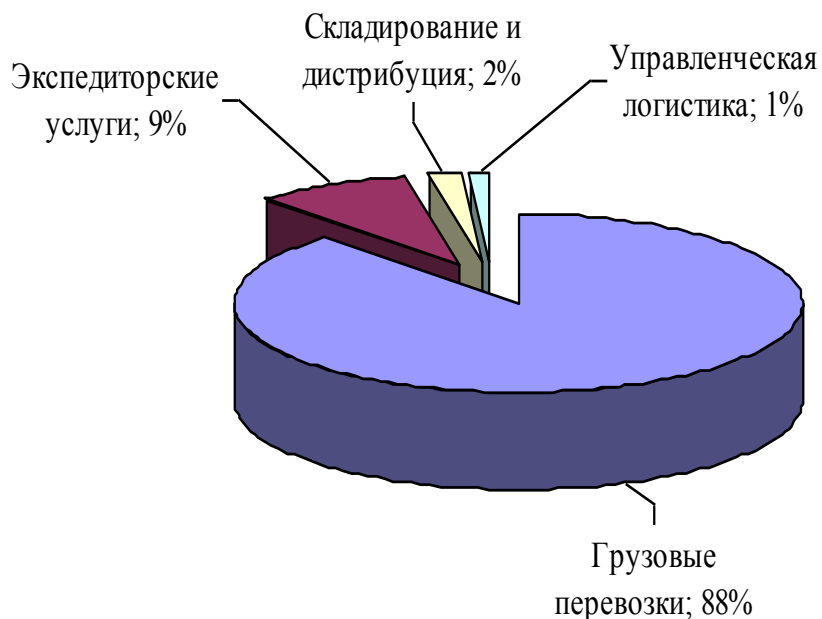


Рисунок 1.14 - Структура российского транспортно-логистического рынка в 2016 г., %

Из данных, представленных на рисунке видно, что грузоперевозки (транспортно-логистические услуги) составляют 88 % от всего объема рынка российской логистики, в свою очередь на долю экспедиторских услуг приходится 9 %. Самая низкая доля рынка у складирования и дистрибуции – 2%, а также у управленческой логистики – всего 1%.

К основным трендам развития рынка транспортно-экспедиторских услуг эксперты относят: продолжение снижения объемов коммерческих перевозок и грузооборота, падение стоимостных и физических показателей международных перевозок, обострение конкуренции.

Снижение объемов многие компании компенсируют путем повышения тарифов. Тем не менее, удорожание перевозок в большинстве случаев не компенсирует рост издержек. Факторы риска на рынке транспортных услуг приведены в таблице 1.10.

Таблица 1.10 - Основные факторы риска транспортных услуг (по данным РБК Исследования рынков)

Фактор	Вероятные последствия для РФ	Вероятность реализации и оценка влияния на грузопотоки
Экономическая рецессия	<ul style="list-style-type: none"> – Отток капитала и снижение потребительской активности, падение объемов производства, уход с рынка малого и среднего бизнеса – Замедление роста доходов населения, сокращение платежеспособного спроса – Высокий уровень инфляции – Ослабление курса национальной валюты 	<ul style="list-style-type: none"> – Снижение объемов внутренних и международных перевозок – Сокращение возможностей финансовой поддержки со стороны государства – Снижение спроса на коммерческие грузоперевозки – Уход с рынка игроков с высокой долей кредитных и лизинговых обязательств
Введение взаимных ограничительных мер (санкции)	<ul style="list-style-type: none"> – Уменьшение инвестиционных возможностей правительства и государственных корпораций – Удорожание заемных средств – Сокращение взаимной торговли с ЕС, снижение объемов импорта и экспорта – Переориентация на новые рынки – Ограничение доступа на международные финансовые рынки, кризис ликвидности 	<ul style="list-style-type: none"> – Сокращение объемов международных на направлениях (европейские рынки) на 65-70% – Повышение значимости морского транспорта и портов как транспортных узлов (импорт товаров из развивающихся стран) – Увеличение грузопотока из КНР наземным транспортом – Ухудшение финансового состояния транспортных и логистических компаний

Несмотря на возможные риски, российский рынок транспортных услуг развивается (рисунок 1.15).

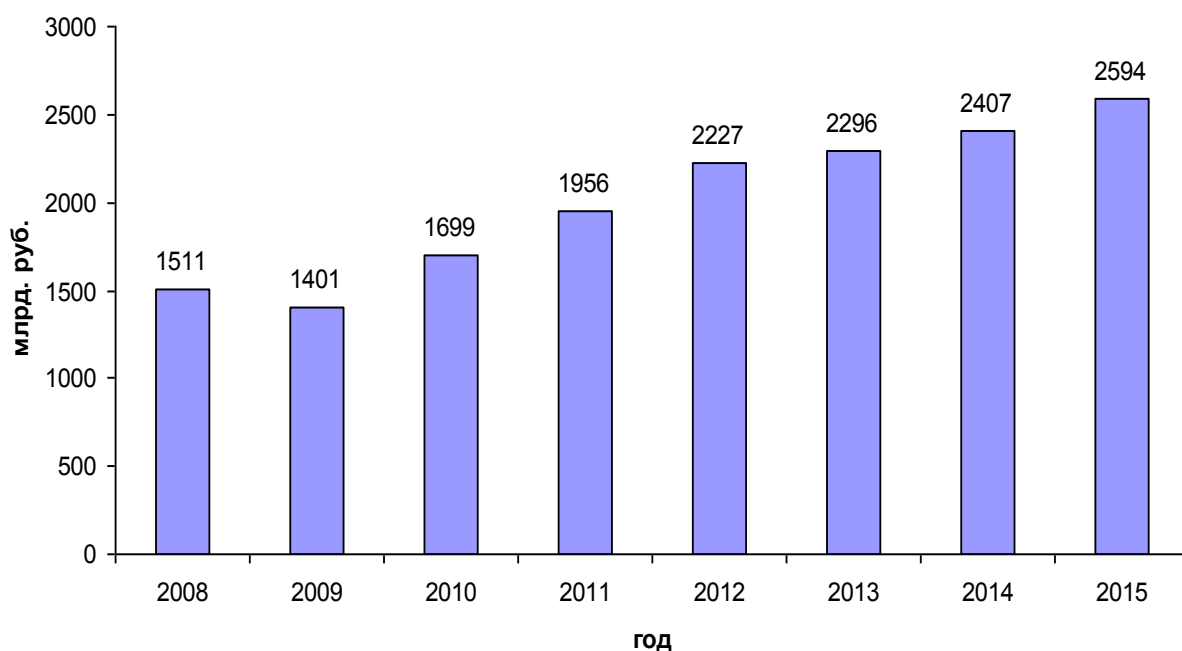


Рисунок 1.15 - Динамика российского рынка транспортных услуг, 2008-2015 гг., млрд. руб. (по данным РБК Исследования рынков)

В структуре грузовых перевозок наибольший удельный занимают FTL грузы (рисунок 1.16).

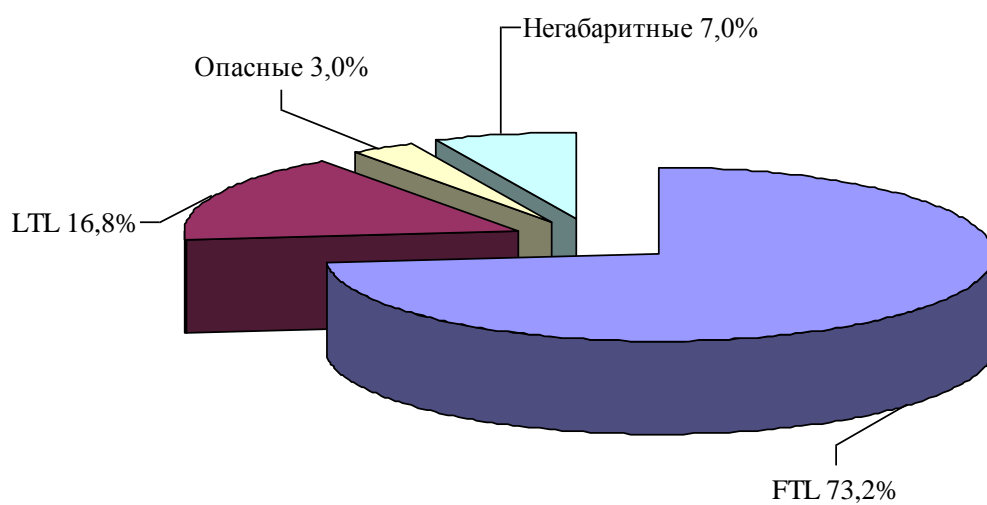


Рисунок 1.16 - Структура российского рынка автомобильных грузоперевозок по типу грузов (в денежном выражении), % (по данным Минтранс РФ)

Наибольший рост объемов в последние годы приходится на сегмент сборных грузов. Участники рынка оценивают объем сегмента в диапазоне 60-90 млрд. руб. По прогнозам экспертов, к 2020 году объем может достичь 80-100 млрд. руб. в зависимости от реализации пессимистичного или оптимистичного сценария.

Все виды услуг автомобильных грузоперевозок подразделяют на основные (доминирующие) и вторичные, в зависимости от их доли в структуре оборота. В случае с доставкой опасных и негабаритных (проектных) грузов допускается, что компания специализируется на перевозке данных грузов при их доле в обороте выше среднерыночной.

Компании предлагают услуги автомобильных грузоперевозок, различающихся между собой по типу подвижного состава (груза), направлению перевозок (международное, внутрироссийское), и логистические, сопутствующие сервисы (складские услуги, таможенное оформление, страхование груза, экспресс-доставка, доставка товаров дистанционной торговли, услуги фулфилмента).

Деление видов автомобильных грузоперевозок по типу подвижного состава – тентованные, рефрижераторные, изотермические, контейнерные и перевозки автовозами, по типу груза – перевозки FTL, LTL, FCL, LCL, опасных, негабаритных (проектных) грузов и автомобилей.

Наиболее распространенными услугами автомобильных грузоперевозок являются доставка полногруженными машинами (FTL) и тентованными, рефрижераторными фургонами. 89% компаний осуществляют FTL-перевозку, тогда как LTL несколько меньше – 66%. Приблизительно в равной степени представлены изотермические, контейнерные перевозки и

доставка опасных грузов. В наименьшей степени предлагаются услуги перевозки автомобилей.

Высокая значимость транспортно-логистического рынка связана с крупной по масштабам территорией России (17125,191 тыс. кв. км). Транспортная система России представляет собой множество дорог и путей:

- автомобильные дороги (с твердым покрытием) – 984 тыс. км;
- воздушные маршруты – 800 тыс. км;
- магистральные трубопроводы – 250 тыс. км;
- внутренние водные судоходные пути – 102 тыс. км;
- железные дороги – 86 тыс. км.

Важной задачей на рынке транспортно-логистических услуг является оптимальное и правильное составление плана перевозки. Безусловно, необходимо именно определение наилучшего пути следования грузов (сокращенный маршрут с минимальными издержками). Транспортная логистика занимается задачами, связанными с планированием следования грузов для получения наилучшего результата.

Отрасль автомобильных грузоперевозок характеризуется отсутствием четкого деления структуры рынка. Организации, работающие в данной отрасли, различаются по масштабам бизнеса, функциям на рынке, принадлежности капитала, специализации, спектру и сочетанию транспортно-логистических услуг, географии присутствия, размеру выручки, транспортного парка, штата сотрудников.

В соответствии с признаком экспедиторские/складские услуги/услуги перевозки компании подразделяются на:

- транспортно-логистические, оказывающие транспортно-экспедиционные и складские услуги
- транспортно-экспедиторские, которые предоставляют услуги организации перевозки грузов, а складское хранение/обработка грузов может предлагаться как сопутствующий сервис

– перевозчиков, являющихся собственниками автопарка и оказывающих услуги перевозки.

Компании, основным видом деятельности которых являются перевозки автомобильным транспортом и у которых другие виды перевозок либо отсутствуют, либо занимают маленькую долю, называются специализированными. В свою очередь универсальные компании отличаются тем, что осуществляют доставку различными видами транспорта.

Игроки рынка могут выполнять различные функции, выступая в роли перевозчика, экспедитора и экспедитора-перевозчика.

По принадлежности капитала предприятия бывают с российской, иностранной и совместной собственностью (50/50).

Деление игроков рынка на глобальные (представлена более чем в 2 регионах мира), региональные (1-2 регионах) и национальные (только в одной стране) обусловлено географией присутствия сети филиалов и представительств в мире. По региональному охвату сети филиалов и представительств в РФ компании подразделяются на федеральные (представлены в 5 и более ФО), региональные (в 2-4 ФО) и локальные (в 1 ФО).

Размер выручки также позволяет классифицировать компании на:

- крупные – свыше 1 млрд. руб.;
- средние – 400-999 млн. руб.;
- малые – до 399 млн. руб.

Также все виды услуг автомобильных грузоперевозок могут быть разделены на основные (доминирующие) и вторичные с учетом их доли в структуре оборота компании [29].

Исключение составляет доставка опасных и негабаритных/проектных грузов. Допускается, что компания специализируется на перевозке данных грузов при их доле в обороте выше среднерыночной.

По оценке РБК Исследования рынков число зарегистрированных компаний на 2016 г. в России с выручкой свыше 1 млн. руб., основным видом

деятельности которых являются автомобильные грузоперевозки, составило 14,8 тысяч, в то время как компаний, оказывающих преимущественно услуги организации перевозок грузов, – 17,5 тысяч. При этом доля крупных и средних компаний приблизительно равна 1,75% и 2,5% соответственно. В целом в структуре отрасли преобладают микропредприятия, выручка которых не превышает 60 млн. руб.

Участники рынка автомобильных грузоперевозок представляют собой множество типов компаний – от глобальных транспортно-логистических холдингов до локальных автотранспортных предприятий.

Среди крупных и средних аутсорсинговых компаний большую часть занимают универсальные/специализированные транспортно-экспедиторские компании, доля игроков с иностранной собственностью достигает 13%, число «чистых» перевозчиков или экспедиторов незначительно, как правило, участники рынка совмещают в себе функции и первого, и последнего.

К группе 3PL-провайдеров по набору заявленных услуг можно отнести порядка 50 российских и около 40 западных компаний.

В 2016 г. темпы роста оборота (в рублях) ведущих 35 автомобильных грузоперевозчиков (российских и зарубежных, входящих в ТОП-50) составили 13,2%, тогда как в 2015 г. данный показатель достигал 20,7%. Совокупный объем выручки компаний в 2016 г. составил 80 млрд. руб. Более 18% оборота рынка автомобильных грузоперевозок осуществляется специализированными транспортными организациями (439,8 млрд. руб. в 2015 г.).

Наибольшую долю в стоимостном выражении на российском рынке автомобильных грузоперевозок занимают российские транспортно-экспедиторские компании Деловые Линии (4,2%), ПЭК (1,5%), ЖелДорЭкспедиция (1,2%), ГЛОБАЛТРАК (0,9%), КРАФТЕР (0,9%), Энергия (0,7%), Instar logistics (0,7%), перевозчик Delko (0,8%) и зарубежный транспортно-логистический холдинг DB Schenker (0,7%) рисунок 1.12).

Объем совокупной выручки компаний, входящих в ТОП-10, в 2016 г. составил 72,4 млрд. руб., а их доля в объеме рынка автоперевозок – 16,4% [29]. Доли основных участников российского рынка автомобильных грузовых перевозок представлены на рисунке 1.17.

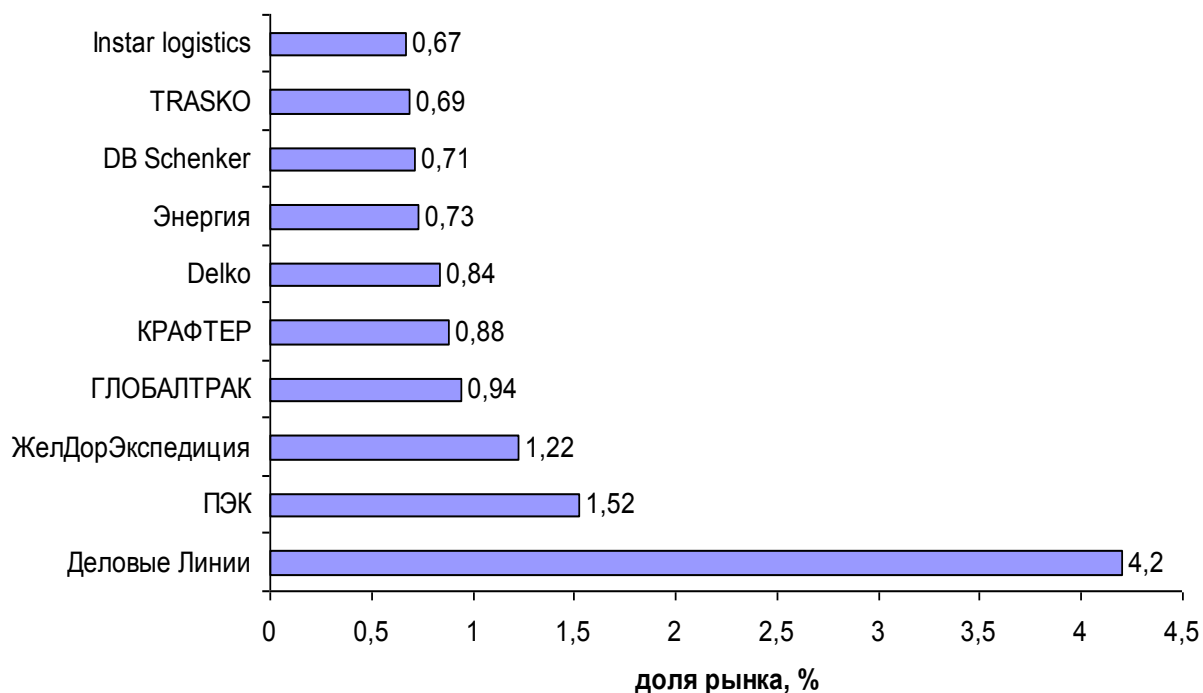


Рисунок 1.17 - Доли основных игроков (ТОП-10) на российском рынке автомобильных грузоперевозок, 2016 г., %

Как видно из представленных данных, лидирующее положение в отрасли принадлежит Холдингу «Деловые Линии», которая имеет крупнейший парк грузовых автомобилей и представлена в сегментах внутренних тентованных, изотермических перевозок сборных и комплектных грузов.

Второе место занимает ПЭК, осуществляющая тентованные перевозки сборных грузов по России.

В тройку лидеров входит также ЖелДорЭкспедиция, которая оказывает услуги перевозки сборных грузов по России железнодорожным и

тентованным, рефрижераторным, изотермическим автомобильным транспортом, негабаритных и контейнерных перевозок.

Все три компании являются национальными операторами доставки сборных грузов различными видами транспорта. При этом в случае с Деловыми Линиями и ПЭК наряду с автомобильным транспортом, важную роль играет авиадоставка, тогда как ЖелДорЭкспедиция уделяет особое внимание железнодорожной перевозке.

Четвертое место занимает Группа Компаний ГЛОБАЛТРАК, включающая в себя ПАО «Лорри», ООО «Магна», ООО «Лонгран Логистик», ООО «Челенжер», ООО «Глобалтрак Лоджистик». Компания представляет собой национальную специализированную ТЭК, осуществляющую преимущественно тентованные и рефрижераторные полнотонные перевозки (FTL) внутри России.

Далее следует российская экспедиторская компания КРАФТЕР, образованная в 2010 г., и основным видом деятельности, которого, являются тентованные FTL-перевозки в международном направлении.

Шестая позиция занята крупным российским перевозчиком Delko, который владеет парком тентованных и рефрижераторных фургонов и оказывает услуги FTL-перевозок.

На седьмой строчке находится российская специализированная ТЭК Энергия, представленная в различных регионах мира. Основным видом деятельности компании являются сборные грузоперевозки по России тентованными и цельнометаллическими фургонами.

Глобальный транспортно-логистический холдинг DB Schenker занимает восьмое место в рейтинге.

На девятом месте - TRASKO, являющаяся иностранной универсальной ТЭК с широким спектром услуг автомобильных грузоперевозок по России и миру.

Десятку ведущих компаний замыкает российская Instar logistics, которая представляет собой универсальную ТЭК, специализирующуюся на проектных перевозках и доставке FTL-грузов по России [29].

По мнению экспертов, динамика рынка в ближайшее время будет определяться в значительной степени внешними факторами: снижение цен на сырьевые товары и рост потребительских цен, волатильность финансовых рынков, а также геополитические риски.